

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais

Mestrado em Comunicação Social – Novos Media

Jornalismo desportivo na era digital: O caso do zerozero.pt

Hugo Filipe Castedo Martins

Coimbra, 2020

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Hugo Filipe Castedo Martins

O jornalismo desportivo na era digital:

O caso do “Zerozero.pt”

Relatório de estágio em Comunicação Social – Novos Media, apresentada ao
Departamento de Comunicação da Escola Superior de Educação de Coimbra para
obtenção do grau de Mestre

Constituição do júri

Presidente: Professora Carla Susana Ribeiro Patrão

Arguente: Professora Doutora Susana Maria Cerqueira Borges

Orientador: Professor Doutor Gil António Baptista Ferreira

Janeiro, 2020

AGRADECIMENTOS

Foi em 2017 que comecei a escrever os agradecimentos. Dois anos depois, decidi alterar o texto, mas as pessoas que passam pelos próximos parágrafos mantêm-se.

Começo pela base. A internet diz-nos que a base é a família e por isso tenho de dedicar as primeiras palavras ao meu pai, o Zé Manel. Há quantos anos começámos, juntos, esta aventura de tentar ser alguém na vida? Parece que há 27.

Passámos por muito, desde o primeiro jogo para a Playstation - aquele Crash Bandicoot era uma coisa do outro mundo -, à tua saída de casa. Nunca tivemos a relação pai-filho mais afetuosa da história, mas poucos podem dizer que têm uma relação melhor do que a nossa. Sem grandes chatices, mesmo que as formas de pensar sejam diferentes, com uns pontapés no rabo em criança que me ajudaram a perceber o que é certo e errado. Hoje, sinto que estou do lado certo do que está certo e isso é total responsabilidade tua. Pelo que me fizeste aprender e pelo que me proporcionaste aprender. Deixaste-me aventurar por um curso de incertezas, depois de antes teres negado o meu desejo de seguir o caminho que eu achava certo para mim. Tal como eu, aprendeste com os erros. Investiste em mim, a nível pessoal e financeiro. Este último, já deves ter percebido, nunca vou conseguir retribuir. Ser jornalista é espetacular, mas não nos leva a necessitar de um gestor de contas.

À minha avó, que conheci demasiado tarde, mas a tempo de receber pacotes de cebolas e azeites embrulhados de uma forma incrível. Dona Carolina Rosa, desculpe ter aparecido atrasado, mas sei que a cada chegada tenho um pão com queijo preparado com carinho. O meu avô, por outro lado, estará fugido por uns minutos, mas conto com a chegada dele acompanhada por um belo "tão, tás por cá?". À minha tia São. Até hoje não sei quantificar o quanto me ajudou a chegar até aqui, mas valorizarei sempre a insistência para que eu vivenciasse todos os momentos da minha vida universitária. Fiz algumas figuras e em parte também é culpa tua. Prometo trazer para casa aquela fita há tanto prometida. Espero, no entanto, que tenhas orgulho do sobrinho que também ajudaste a moldar.

Continuo na família. Não a de sangue, mas quase. À Alice, à Patrícia e à Sara.

Obrigado por me acolherem numa casa que não era minha, ajudarem a pintar um quarto que não era meu e ouvirem as piadas estúpidas que eu trouxe para o vosso lar. Não precisam de agradecer por ter contribuído para a vossa ausência das missas de domingo. Uma palavra especial para a Alice, que, de uma desconhecida, passou a amiga, cabeleireira, esteticista, conselheira, engomadeira, boleia, inspiração para novas piadas e muitos, muitos risos. Muito mais do que imaginei no primeiro dia que a vi.

As próximas palavras são para a minha namorada. Soraia, sei que já devias estar ansiosa por chegar à tua parte. Segui a ordem natural das coisas, mas confesso-te que esta também é a parte mais difícil dos agradecimentos. Já te agradei pelo FIFA (acabei de o fazer novamente enquanto escrevia estas palavras), mas tenho muito mais a agradecer. Grande parte da minha vida universitária foi passada sem saber quem eras, mas contigo tive oportunidade de fechar em beleza, literalmente. Obrigado por embarcares em todas as aventuras comigo, sei que para ti as mudanças não são fáceis e que não és a maior entusiasta das incertezas da vida, mas irei sempre valorizar o facto de não teres pensado duas vezes na hora de pegar nas coisas e seguires para sítio incerto comigo. Que continue a ser assim. Tu e eu num mar de incertezas, amor, muitas horas de sono e beijos na bochecha.

Enquanto escrevo estes parágrafos percebo o quão grande é a minha base. Escrevo e continuo a falar de família. Dizem que os amigos são a família que não escolhemos, não é? O engraçado é que se me dessem uma lista eu escolhia exatamente estes. E agora, acabei de refutar uma teoria? Fica para um próximo relatório. Ao Berna, ao Pescada, ao Inho, ao Pajó, ao Pesqueira, ao Bitó, ao André e ao Vitinho. Obrigado por terem estado sempre lá. Nos momentos em que precisei de uma casa e nos momentos em que fizeram da minha casa a vossa. Será sempre assim, mesmo que o tempo e as obrigações nos tenham afastado fisicamente. A minha casa será sempre a vossa, ainda que com quilos a mais e cabelos a menos.

Passo para os amigos da faculdade, a primeira. Dizem que são para a vida. Nos primeiros tempos fiquei algo preocupado por não serem muitos, mas agora percebo que acertei em cheio, no número e nas pessoas. Um *props* especial à loucura da 97, à

vontade de beber café (e não só) do Jorge e à distração do Cardoso. Que nos consigamos encontrar para recordar os momentos antigos e criar novos, de preferência sem soprar ao balão.

Um agradecimento especial também à Ana das Águas, à Flávia do Rock e ao *Fabifana*, sem dúvidas o melhor do mestrado. À Cláudia, pelos anos e por todas as conversas, parvoíces e imensas saudades. À Balbina, Teresa, Daniel e restante família pela hospitalidade incrível nas primeiras semanas do estágio.

Antes de pensar em trabalho, vou arriscar esquecer-me de algum nome que tenha passado pela minha vida nestes 27 anos. As próximas páginas pertencem a vocês todos (não leiam, ok?!), aos de cima e aos que se seguem. Obrigado a vocês: Paulo, Professor João Pedro, Ricardo, Raquel, Catarina, Célia, Diogo, Marecos, Vítor, Sá Pinto, Mariana, Mia, Professora Lucília, Dona Fátima, Boss Pedro, Poto, Tio Paulo, Zé Gomes, Inácia, Sónia, Sandrina, Pires e Bruno.

Acabo da forma que começam todos os jogos: zerozero. Obrigado ao zerozero pela formação e pela aposta em mim. Quase três anos (!) depois de ter entrado por aquela porta, ainda não sei o que viram em mim, mas enquanto tento descobrir prometo dar tudo para vos deixar orgulhosos. Obrigado, Duarte. Não podia ter tido um melhor orientador. Espero que nos voltemos a encontrar no caminho do jornalismo, porque a profissão perde muito enquanto andas por aí a partir pedra. Obrigado, Luís, pelo all in, pelas palavras de motivação, pela confiança, convites para jogar à bola e por teres reparado no meu andar peculiar. Obrigado, Rodrigo. Pelas boleias, pela evolução e pela amizade. Que continuemos a traçar o nosso caminho de revolta e de novos e ambiciosos projetos. Obrigado, Pedro e Marco, por acreditarem nas palavras dos seus e arriscarem num rapaz que não sabia escrever notícias. Obrigado, António, não te conheci bem, mas estarei aqui sempre a dar tudo para honrar a tua criação.

Obrigado também ao meu orientador, Gil Ferreira, que nunca deve ter orientado ninguém durante tanto tempo.

Não vou terminar com nenhuma citação de livros ou músicas - obrigado, Linda Martini! Termino apenas com um agradecimento geral sem as palavras que utilizaria

caso isto não fosse uma coisa formal. Parte do que eu sou é vossa responsabilidade.

Espero que seja uma coisa boa.

Vamos a um fino?

O jornalismo desportivo na era digital: O caso do “Zerozero.pt”

RESUMO: O presente relatório pretende analisar e compreender a maneira como os jornais desportivos funcionam, numa era marcada pela evolução tecnológica e pela inundação das redes sociais. Para isso irei analisar a evolução do jornalismo desportivo e dos jornalistas ao longo dos anos e a forma como enfrentam os desafios e oportunidades trazidas pelo progresso tecnológico, com um olhar particular para o jornalismo digital.

O tema deste trabalho é o jornalismo desportivo, a internet e as redes sociais e traduz o resultado de um estágio no zerozero.pt, com a duração de quatro meses, período no qual trabalhei em conjunto com os jornalistas deste meio de comunicação social, observando o funcionamento de um jornal desportivo digital.

Para entender melhor a forma como os jornalistas desportivos realizam o seu trabalho levei a cabo uma revisão da literatura, onde analisei a evolução do jornalismo, a forma como os jornalistas estão a enfrentar os novos desafios colocados pela Internet e como é feito o jornalismo digital em Portugal.

A parte inicial deste relatório contém um enquadramento teórico que considero adequado para entender o impacto da Internet e das redes sociais no jornalismo desportivo e na rotina dos jornalistas. A segunda parte do relatório irá focar-se no relato das principais atividades desenvolvidas enquanto estagiário, uma descrição do que é o zerozero.pt enquanto meio de comunicação social digital e uma perspetiva crítica do trabalho realizado no jornal.

Palavras-chave: Internet, jornalismo desportivo, jornalismo digital, redes sociais, jornalistas, zerozero.pt, comunicação social, online

Sports journalism in digital age: The “Zerozero.pt” case study

ABSTRACT: This paper aims to analyse and understand the way the sports newspapers work in an era marked by technological change and the flood of social networks. For this I will analyse the evolution of sports journalism and journalists over the years and how they face the challenges and opportunities brought by technological progress, with a particular look for digital journalism.

The theme of this work is the sports journalism, the internet and social networks and translates the result of an internship at zerozero.pt with duration of four months, during which time I worked in conjunction with the journalists of this media and noticed how works an online sports newspaper.

To better understand how the sports journalists perform their work I carried out a literature review where I analysed the evolution of journalism in society, the way journalists are facing the new challenges posed by the Internet and analysed in the portuguese case in concrete and how digital journalism is being made.

Thus, the initial part of the report contains a theoretical framework that I consider appropriate to understand the impact of the Internet and social networks in sports journalism and journalist’s routine. The second part of the report will focus on account of the main activities developed as an intern, a description of what is the “zerozero.pt” while digital media and a critical perspective of work performed in the journal.

Keywords: Internet, sports journalism, digital journalism, social network, jornalists, zerozero.pt, social media, online

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
I - REVISÃO DA LITERATURA E O ESTÁGIO EM ZEROZERO.PT	5
1. Jornalismo e as suas transformações	7
1.1. Principais potencialidades e desafios da Internet no jornalismo.....	7
1.2. Jornalismo de Dados	9
1.2.1. O jornalismo de dados no zerozero.pt.....	10
1.3. Jornalismo interativo	11
1.4. Jornalismo desportivo e as suas transformações.....	12
1.5. As alterações no papel dos jornalistas	15
1.6. As alterações no papel do público	17
1.7. Jornalismo e as redes sociais	19
1.8. “Porque todos os jogos começam assim...” O zerozero.pt	21
1.9. O Playmaker Stats	23
1.10. Porquê o zerozero.pt?.....	24
1.11. Descrição do site e o zerozero.pt nas redes sociais	25
1.12. O estágio no zerozero.pt.....	27
II - TRABALHOS REALIZADOS DURANTE O ESTÁGIO	31
2. Tipo de artigos realizados no zerozero.pt.....	33
2.1. As notícias	33
2.2. Notícias breves	34
2.3. Crónicas	34
2.4. Figuras do jogo.....	35
2.5. Antevisão	36
2.6. Destaques	36
2.7. Slideshow	37
2.8. Ponto de vista	37
2.9. Perfil	38
2.10. Análise tática.....	38
2.11. Entrevista	39

2.12. Números	39
2.13. História	40
2.14. Playmaker's	40
III - REFLEXÃO CRÍTICA	41
BIBLIOGRAFIA.....	45

INTRODUÇÃO

Introdução

Este relatório está relacionado com o meu estágio curricular como jornalista no zerozero.pt, no âmbito do mestrado em Comunicação Social – Novos Media, e irá abordar várias temáticas para além dos aspetos relacionados com a empresa e o estágio em si.

No meu período enquanto estagiário no zerozero.pt – 3 de janeiro de 2017 a 30 de abril de 2017 – desempenhei praticamente todas as tarefas relacionadas com o papel de jornalista na redação, onde desde o princípio me senti completamente à vontade e integrado. Para isso contribuiu o facto de o zerozero.pt ser um jornal pequeno e onde se vive um ambiente familiar. Por nós, que passamos por lá, e por quem trabalha no zerozero.pt, é muitas vezes referido como o melhor ambiente do mundo. E, sinceramente, duvido que não o seja.

O facto de ter sido tratado como um jornalista e de ter um papel tão a sério como quem lá trabalhava ajudou-me bastante e fez com que me ambientasse ao local, às pessoas e ao trabalho enquanto jornalista desportivo. Trabalho esse que, depois do período de estágio, tenho mais certezas que será o meu futuro.

Assim sendo, ao longo deste relatório irei debruçar-me sobre vários aspetos relacionados com o trabalho no zerozero.pt, desde peças realizadas, ambiente no jornal ou até mesmo o *design* do site. Irei também explicar aquela que é, na minha opinião, a melhor ferramenta a nível estatístico no desporto nacional, o *Playmaker Stats*, e realizarei uma abordagem bibliográfica a todo o tipo de trabalho efetuado e que caracteriza um jornalista.

No aspeto bibliográfico irei começar por explicar o que é o jornalismo e como é que a Internet fez com que ele evoluísse. Depois disso procuro analisar os diferentes papéis dos jornalistas e do público e verificar como é que a tecnologia e as redes sociais o modificaram. Por fim, tratarei de olhar bibliograficamente para duas formas de jornalismo que caracterizam o trabalho no zerozero.pt: jornalismo de dados e jornalismo interativo. Finalizarei com um olhar particular sobre o jornalismo desportivo e farei ainda uma abordagem entre a ligação do jornalismo e as redes

sociais.

Neste relatório apresento o zerozero.pt e todo o tipo de trabalhos que realizei, desde crónicas a entrevistas passando também para os trabalhos de exteriores.

Já no final faço uma reflexão crítica do trabalho enquanto estagiário, da forma como o jornalismo *online* é trabalhado em Portugal e ainda da maneira como o mestrado em Comunicação Social – Novos Media contribuiu, ou não, para a minha aprendizagem enquanto jornalista.

I - REVISÃO DA LITERATURA E O ESTÁGIO EM ZEROZERO.PT

1. Jornalismo e as suas transformações

O conceito de jornalismo surgiu na modernidade e pode ser definido como um “espaço vivo de produção de atualidade, lugar de agendamento imediato e igualmente lugar de testemunhos, produtor de repositórios de registos sistemático do quotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica.” (Palacios, Marcos 2014:90).

A sociedade foi-se transformando graças às alterações tecnológicas que tiveram cada vez mais impacto após a revolução industrial. A tecnologia andou à boleia dessas mesmas transformações. O fator tecnológico foi, na opinião de Deuze (2006), a alteração mais importante no jornalismo e tudo começou com o aparecimento da máquina tipográfica, tendo depois o telégrafo permitido um salto qualitativo e a nível de propagação noticiosa dando acesso a público que anteriormente não tinha essas possibilidades.

Também o fenómeno urbano (Hobsbawn, 1995 *apud* Palacios, 2014) acabou por ter uma influência acentuada nas alterações do jornalismo, ao substituir as notas e documentos oficiais pelas notícias sobre a cidade, claramente com um maior interesse coletivo. A evolução tecnológica criou um fluxo contínuo de informação, levando ao aparecimento do jornal diário e das rádios, que forneciam uma informação cada vez mais constante. Mais tarde surgiu a televisão, que criou a primeira sensação de interatividade e participação do público.

Apesar de todas estas mudanças, o maior impacto na história do jornalismo aconteceu com o aparecimento da Internet, que fez com que o fluxo noticioso passasse de contínuo a tempo real. As mudanças foram imediatas, não apenas na forma de fazer jornalismo, mas também na maneira como o público começou a olhar para a imprensa noticiosa, dando uma maior liberdade a um público anteriormente obrigado a ler exatamente aquilo que lhe era fornecido.

1.1. Principais potencialidades e desafios da Internet no jornalismo

A Internet trouxe muitas mudanças ao jornalismo, mas as dúvidas permanecem. Será que a possibilidade teórica de igualdade de participação e acesso à informação traz

apenas vantagens? Para lá das oportunidades, é preciso olhar e analisar as ameaças associadas à tecnologia e ao jornalismo.

A nível de oportunidades, a participação dos cidadãos na opinião pública é o principal destaque, tornando-se esta cada vez mais evidente após o aparecimento dos blogs e redes sociais.

Barlow (2007) apresenta vantagens precisamente sobre o aparecimento dos blogs e perante a possibilidade de estes oferecerem alternativas e permitirem escrever sobre assuntos bastante específicos, algo que veio dar mais poder às minorias, que antes não podiam exercer o seu direito de opinião. Passou a existir um novo público com uma diferença acentuada em relação aos produtores de conteúdo tradicional, uma vez que não havia uma procura do lucro, mas sim uma vontade de aprofundar e abordar um assunto de interesse particular.

A Internet também acabou por possibilitar a interatividade entre cidadãos e jornalistas, uma interatividade que já existia antes, mas em menor escala, com recurso ao envio de cartas. A evolução tecnológica trouxe ainda vantagens, como a velocidade e flexibilidade, assim como a sua acessibilidade, atualmente universal, o que fornece uma maior panóplia de oportunidades.

Ainda assim, a tecnologia acaba por também criar desafios aos *media*. O primeiro, segundo Gil Ferreira (2016), é precisamente a forma de atuação das redes sociais. Ao contrário dos meios de informação tradicionais, que operam de forma local, regional ou nacional, as redes sociais atuam numa escala global, atraindo um maior número de pessoas. As redes sociais não são produtoras de conteúdo noticioso (ainda), e em vez de o fazerem, distribuem a informação dos *media* tradicionais. Este, aliás, tem sido um dos temas de principal discussão no mundo da informação. Como pode um meio que precisa de sobreviver economicamente, concorrer com um meio gratuito?

Os *media* tradicionais sentem-se cada vez mais ameaçados por esta forma de “concorrência desleal”, pelo que procuram formas de a contornar (sempre de mãos dadas à publicidade).

Outro problema trazido pela Internet está diretamente relacionado com o nível de

informação, atualmente tão elevado que acabar por congestionar-se, como destaca Canavilhas (2004:2): “a dada altura tornou-se difícil encontrar a informação pretendida entre os milhares de páginas disponíveis, sendo que nalguns casos os dados encontrados não eram coincidentes.”

1.2. Jornalismo de Dados

Nas últimas décadas, a sociedade contemporânea absorveu as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em todos os seus setores com uma perceção de que estas trazem conforto e vantagens competitivas. As tecnologias digitais começaram a envolver-se em todos os segmentos da sociedade e, apesar do atraso em alguns países, entre os quais Portugal, o jornalismo não foi exceção.

O primeiro impacto da tecnologia digital no mundo jornalístico surgiu com o aparecimento dos computadores, que passaram a ser utilizados para produção de material jornalístico. Depois, e com o aparecimento da web, a tecnologia foi tendo cada vez maior impacto na produção noticiosa, servindo como um auxiliar de dados e de propagação da notícia.

A tecnologia foi sendo posta em prática, mas, como alerta Fuller (2012), há cada vez uma maior necessidade em dominar as novas tecnologias para o jornalismo evoluir noutras formas. O jornalismo de dados é um exemplo disso.

Mas, afinal, o que é o jornalismo de dados? A forma mais simples de explicar é, como o nome indica, um tipo de jornalismo que se baseia em dados, mas há muito mais para além deste tipo de explicação numa era em que praticamente tudo pode ser traduzido em dois números – zero e um.

O primeiro exemplo de jornalismo de dados surgiu em 1821, quando o jornal *The Guardian* fez uma pesquisa exaustiva dos dados do número de alunos que iam às aulas em Manchester e comparou-o com os custos de cada uma das escolas, chegando à conclusão que os números oficiais eram inferiores.

É verdade que o jornalismo sempre trabalhou com dados, sendo que o jornalismo de dados tem bastantes parecenças com o jornalismo assistido por computador, mas numa

altura em que a informação é tão abundante o seu processamento torna-se cada vez mais importante.

As tecnologias digitais e a Internet estão a alterar a forma como a informação é publicada. O jornalismo de dados é uma parte do ecossistema de ferramentas e práticas atuais e irá trazer melhorias ao jornalismo. Julian Assange, fundador do WikiLeaks, considera este tipo de jornalismo um jornalismo científico.

1.2.1. O jornalismo de dados no zerozero.pt

Meyer (1991), citado por Martinho (2014), define duas fases essenciais para o jornalismo de dados: a fase de *input*, onde é efetuada uma recolha e análise de dados e a fase de *output*, onde os dados são preparados.

É neste aspeto que o jornalismo produzido no zerozero.pt pode muitas vezes incluir-se num tipo de jornalismo baseado em dados. Isto porque, como explica Ana Martinho (2014), trata-se de uma forma de jornalismo que utiliza os dados para chegar às histórias e as enriquecer.

Muitos foram os meios de comunicação social que, perante uma quantidade tão grande de dados ao seu dispor, recorreram a programas para conseguir tratá-los, analisá-los e, após isso, trabalhá-los. Também neste aspeto sinto que o zerozero.pt trabalha sob a forma de jornalismo de dados, graças ao programa criado pelo site, o *Playmaker Stats*.

Este tipo de programa trabalha na base de dados do site que, como é muito extensa, necessita do auxílio de uma máquina para juntar e filtrar os dados que o jornalista procura. É um tipo de trabalho que consiste precisamente no tipo de fluxo que Mirko Lorenz, em *The Data Journalism Handbook* (2012), elaborou: obter informação, filtrá-la, visualizá-la e criar a história. Também Paul Bradshaw (2012), na mesma publicação, fornece uma pirâmide invertida para o jornalismo de dados que está presente na maneira de trabalhar os dados fornecidos pelo *Playmaker Stats*. A fase A consiste em compilar os dados, na fase B limpam-se aqueles considerados desnecessários, na fase C contextualizam-se e na última fase combinam-se. Todos estes pontos unidos acabam por culminar num processo de comunicação que é

descodificado para o público pelo jornalista, o que, numa altura em que a profissão tem sido posta em causa, dá ao público uma sensação de viabilidade.

“Com o jornalismo de dados, não é sobre ser o primeiro, é sobre ser uma fonte viável de informação.” (Lorenz, Mirko in *The Data Journalism Handbook*, 2012)

1.3. Jornalismo interativo

O desenvolvimento da Internet em termos de notícias e jornalismo levou a uma redefinição das suas características chave: a interatividade, a customização de conteúdo, a hipertextualidade e o multimédia, sendo estes conceitos cada vez mais essenciais para a produção de um jornalismo digital e interativo.

Importa então olhar para estes cinco conceitos de forma diferenciada para os entender e verificar o que necessita o jornalismo atual para se afirmar numa altura em que o jornalismo continua a ser considerado preferencialmente via televisão e jornais impressos, como revelou um estudo realizado por jovens finlandeses, apresentado por Gil Ferreira (2012).

O conceito de interatividade, diz-nos Mark Deuze (2001), nunca foi tão forte como atualmente, uma vez que o jornalismo online passou a permitir aos leitores fazerem parte da experiência noticiosa. Depois das “cartas do leitor”, os e-mails ou as caixas de comentários passaram a ser prática recorrente nos *media* online.

A customização refere-se ao facto de providenciar ao leitor aquilo que este pretende, organizando a página noticiosa consoante os seus tópicos pré-selecionados, com recursos a arquivos noticiosos. Algo que também se foi alterando ao longo do tempo, passando a deixar de se utilizar uma forma de jornalismo baseado em pirâmide invertida para um jornalismo com base na pirâmide deitada, onde o leitor é livre de escolher o que é mais importante numa notícia.

A hipertextualidade é um conceito que apareceu com a propagação da Internet e, para Deuze (2001), é fulcral no jornalismo atual. Este conceito refere-se ao facto de fornecer informação adicional àquela que é dada numa notícia, com recurso a hiperligações, que têm duas funções fundamentais no jornalismo (Salaverria, 2005): a função

documental - elemento de contextualização da notícia - e a função narrativa - oferece diferentes percursos de leitura. O multimédia, no contexto de jornalismo online, é a convergência de vários formatos dos *media*: imagem, texto e som, tudo numa só história.

O jornalismo online passou efetivamente a ser uma parte do jornalismo e já não pode ser visto como um *media* isolado. Por esse motivo, é necessário repensar a profissão, como explica Deuze (2001): “O jornalismo de amanhã é um profissional que serve de «nó» ao ambiente complexo entre tecnologia e sociedade, notícias e análises, orientação e investigação. Este ambiente não pode ficar de fora do jornalismo.”

Numa era de abundância informativa, que dificulta a tarefa do público em selecionar a informação mais adequada, cabe ao jornalista orientar os cidadãos. Isto significa que a profissão tem de se tornar mais proactiva e o espírito crítico e de debate deve ser desenvolvido mais do que nunca.

1.4. Jornalismo desportivo e as suas transformações

“Sou um escritor de desporto. Vejo todo o tipo de desportos em todo o tipo de países e depois escrevo reportagens e artigos que são publicados num jornal. Isto é uma ocupação privilegiada, e que precisa de tato. Pessoas que têm trabalhos importantes e respeitáveis não gostam de ouvir falar nela. Ficam rabugentas ou reivindicativas. A escrita desportiva é categorizada ao lado de provador de vinhos. As pessoas dizem: ‘É mais um hobby do que um trabalho, não é?’” (Baker, Andrew, 2004 *apud* Boyle, Raymond, 2006:1).

É com esta citação que Raymond Boyle (2006) introduz o seu livro sobre jornalismo desportivo e traduz exatamente a forma como o jornalista desportivo é visto na sociedade e mesmo pelos seus pares, que o encaram como uma “caixa de brincar” das redações. No entanto, o jornalismo desportivo tem muito para contar e é muito mais do que isso.

O jornalismo desportivo é algo paradoxal na sociedade e no próprio meio. Apesar de ser visto como jornalismo básico e não fazer parte do sistema educacional do

jornalismo, o desporto sempre foi material noticioso e desde o princípio foi popular para o público, até porque, assim como a música, o desporto tem a enorme capacidade de transcender as culturas e as sociedades.

Para entender melhor a forma como o jornalismo desportivo surgiu e evoluiu é necessário voltar atrás no tempo. Atualmente é impossível imaginar o desporto sem os *media* e os *media* sem o desporto. Como é óbvio, o desporto foi o primeiro a surgir, mas conforme a sua evolução na sociedade foi-se juntando ao jornalismo.

Com a ascensão do capitalismo e do industrialismo, o desporto enraizou-se depois de ter surgido como forma de exibição para os reis. A visão do lucro no desporto mudou tudo isso e foi um passo para a profissionalização, desenvolvendo-se uma economia em torno do mesmo, que levou ao aparecimento de clubes, competições com prémios monetários, fundos monetários para desenvolver o desporto e, com particular interesse, a entrada do desporto em revistas, jornais, rádios e, posteriormente, a televisão, como aponta Rowe (1999:21).

O facto de o desporto ter-se enraizando na sociedade criou um interesse cada vez maior do público, que utilizava a imprensa para acompanhar tudo o que ia acontecendo, levando assim a um dos princípios do jornalismo: o interesse público.

Esse interesse cada vez maior em seguir o desporto através dos *media* despertou a atenção das agências publicitárias e levou a que fosse criado um mercado em torno dos desportos, comprovado por estruturas desenvolvidas em torno das competições desportivas, como o Mundial de Futebol.

No entanto, não foi apenas o facto de existir um interesse por parte do público que levou à propagação da imprensa desportiva e da publicidade. Esse interesse também sucedeu devido ao fator “drama” no desporto, que causa incerteza e leva o público a segui-lo até ao fim, tornando-se popular a frase: “O jogo só acaba quando o árbitro der o apito final”.

O jornalista desportivo, como todos os outros, também sentiu o impacto das alterações tecnológicas nas suas profissões e é importante analisar esse ponto. Tudo se tornou digital e há muitos jornalistas que não conseguiram manter o ritmo das mudanças que

atingiram o mundo dos *media*. A própria maneira como se faz a cobertura dos atletas foi-se alterando à medida que os anos passaram e conforme a profissão se foi especializando testemunhou-se um aumento do jornalismo de investigação nesta área. Isto acontece porque as necessidades do público alteraram-se, os cidadãos querem mais do que resultados e resumos e os jornalistas estão a aceder aos pedidos de um público cada vez mais curioso.

É verdade que, numa primeira instância, as mudanças tecnológicas reduziram os lucros dos *media* ligados ao desporto, mas as oportunidades trazidas superam qualquer tipo de perda e prometem compensá-la num curto espaço de tempo. Para isso é importante olhar para as alterações no formato do jornalismo desportivo, do seu conteúdo e dos seus utilizadores e não para o medo do seu declínio ou desaparecimento.

A tecnologia criou aquilo a que Rowe (1999:205) chama de *cyber athletes*, uma vez que a evolução tecnológica permitiu ao público estar mais próximo do que nunca daqueles que praticam desportos com cobertura dos *media*. Esta evolução também tem um forte impacto num público que era anteriormente discriminado, as mulheres, agora com maior acesso e cobertura por parte da imprensa.

O impacto tecnológico não se esgota no seu público e as redes sociais trazem fortes ventos de mudança no que à cobertura desportiva global diz respeito. O *Twitter*, por exemplo, é uma das redes sociais com maior importância na imprensa desportiva, muito por culpa dos atletas e das suas associações, que fornecem informação na rede social oficial e facilitam a proximidade com o público e a imprensa, o que leva a uma maior facilidade de comunicação. O jornalista desportivo passou a recorrer ao *Twitter* para ter acesso a informação que anteriormente não lhe era fornecida. Algo que também acontece no Facebook, mas numa escala menor.

A Internet também criou o formato de *webcasting*, uma maneira de os clubes, imprensa ou mesmo associações divulgarem o seu conteúdo e criarem proximidade com o público, por vezes com transmissões em direto de vários eventos desportivos.

1.5. As alterações no papel dos jornalistas

Até à chegada da Internet, os jornalistas tinham competências específicas e funções bem definidas, sendo que havia até quem fosse destacado como repórter de determinado tema ou área. Atualmente importa a polivalência, uma vez que é cada vez mais importante que os jornalistas assumam múltiplas funções e dominem várias ferramentas tecnológicas, bem como um domínio dos mais variados temas, algo que acaba por colocar o profissional de jornalismo num patamar de superjornalista (Foust, 2005 *apud* Bastos, 2011:63), um profissional que produz trabalhos jornalísticos para uma variedade de formas de *media*.

Atualmente é exigido que os jornalistas tenham várias aptidões profissionais como habilidade para procurar informações, boa capacidade de relação, perseverança, velocidade e escrita atrativa. O jornalismo *online* deve explorar múltiplas funcionalidades que a Internet oferece, de forma a proporcionar aos utilizadores uma perspetiva diferente e aprofundada de temas que não seriam possíveis apresentar utilizando apenas um meio de comunicação.

Este desenvolvimento tecnológico e jornalístico faz com que o papel dos jornalistas se altere consoante o meio em que trabalham e por isso Canavilhas (2014:17) explica-nos as principais diferenças entre um jornalista de imprensa escrita e um jornalista online. O jornalista da imprensa escrita “preocupa-se necessariamente com a seleção da informação, pois sabe que lhe está atribuído um determinado espaço no jornal”, já o jornalista *online* “não tem limitações espaciais e por isso concentra-se na estrutura da notícia, procurando encontrar a melhor maneira de oferecer toda a informação disponível de uma forma apelativa”.

Um dos grandes problemas no jornalismo digital em Portugal prende-se precisamente com a falta de domínio das ferramentas online, uma vez que a maior parte dos jornalistas apenas recorre a processadores de texto e *softwares* de edição online com os quais aprenderam a trabalhar já na própria empresa. A falha na formação dos jornalistas em Portugal é clara e foi analisada na publicação de Canavilhas (2005): Os jornalistas *online* em Portugal.

Percebe-se que nem tudo é perfeito. O jornalista *online* também sente dificuldades e atravessa problemas que o jornalista da imprensa escrita desconhece. A emergência e o imediatismo do mundo digital acaba por muitas vezes ser causa de um jornalismo com uma menor qualidade, uma vez que o jornalista trabalha sob pressão e, como alerta Bastos (2013:2), perde-se a “possibilidade de recolher informação pelos seus próprios meios, de seleccioná-la, de redigi-la, de colocá-la em contexto, de preparar os seus textos ou montar as suas peças”. Isto acaba por retirar algumas das funções dos jornalistas culminando numa menor produção noticiosa e numa maior “cópia” de outros artigos, perdendo-se a possibilidade de ter fontes próprias ou conseguir um furo jornalístico numa redação digital cada vez mais reduzida.

Percebe-se, então, que o papel do jornalista na sua profissão e na sociedade tem-se alterado e ainda não é possível dizer qual será a sua função no futuro, sendo que o papel do jornalista como *gatekeeper* já é posto em causa. O conceito de *gatekeeper* foi usado pela primeira vez por David White, em 1950, e significa que cabe ao jornalista escolher aquilo que é ou não notícia, consoante os valores de notícia e os critérios editoriais da sua publicação. Hall (2001), conforme citado por Aroso (2003:3), põe precisamente este papel em causa quando diz que “a partir do momento em que os leitores se tornam os seus próprios contadores de histórias, o papel de *gatekeeper* passa, em grande parte, do jornalista para eles”.

No entanto não pode, por isso, pensar-se que o jornalista vai perder a sua importância, uma vez que com uma quantidade de informação tão extensa e com bases de dados tão grandes é urgente filtrar a informação. Aparece assim o termo *Gatewatcher*, introduzido por Axel Bruns, em 2003, e utilizado para definir as práticas informativas na Internet e nas redes sociais.

Seguindo esta sequência, Canavilhas (2005) é da opinião que os jornalistas passam agora a ter dois níveis de *gatekeeping*. O primeiro traduz o papel tradicional do *gatekeeper*, em que a sua ação é dirigida diretamente para a audiência, o segundo é aquele em que os jornalistas se tornam utilizadores de referência, seleccionando as notícias que são depois redistribuídas nas redes sociais, um tipo de ação indireta quando comparada com o primeiro nível.

Esta mudança do papel de *gatekeeper* para *gatewatcher* pode ser resumida em poucas palavras: os jornalistas deixam de filtrar a informação e passam a ser selecionadores e intérpretes de conteúdo que depois é distribuído *online*, quer pelos jornais onde trabalham, quer através das redes sociais, cada vez mais importantes na propagação de notícias.

1.6. As alterações no papel do público

Apesar de não estar, ainda, acessível a toda a população, a Internet provocou várias transformações na sociedade e criou novas potencialidades na comunicação. O aparecimento das redes sociais também serviu como uma alavanca para uma nova possibilidade no jornalismo, com os utilizadores a desempenharem um papel mais ativo e a contribuírem para a produção de conteúdo noticioso.

O facto de haver, agora, um maior número de meios para escrever e partilhar ideias provocou uma mudança no papel do público, agora com forte contributo no fluxo comunicacional.

Segundo Pavlik (2014), a Internet fornece uma rede de comunicação interativa e em tempo real – ubiquidade –, o que acaba por querer dizer que o público, atualmente, não tem apenas a possibilidade de aceder a notícias e entretenimento, tem também acesso a um tipo de partilha com distribuição global, recorrendo a fontes cada vez mais variáveis, como o *smartphone*.

Para Pavlik (2014), este fator acaba por trazer vantagens ao jornalismo, em especial no aumento da participação dos cidadãos a nível mundial nos processos de recolha e distribuição de notícia, que as redes sociais como o Facebook ou o Twitter também facilitaram. Isto permite aos cidadãos anteciparem-se aos jornalistas, em especial em situações extraordinárias como catástrofes ou desastres naturais, permitindo uma maior cobertura jornalística.

O jornalismo tem um maior impacto devido ao seu público e aos cidadãos, o que também acontece no zerozero.pt, onde os utilizadores têm hipótese de se registar e ter a sua própria conta, colaborando não apenas a nível de conteúdo mas também a nível

noticioso, com a possibilidade de enviar e-mails ou contactar através da caixa de comentários. Todas estas alterações fazem com que seja importante olharmos para o jornalismo colaborativo comparando-o com o jornalismo de cidadão. O primeiro é uma iniciativa dos *media* que desafiam o público a participar no processo de informação e isso mantém-se, ainda que com algumas mudanças.

Segundo Rost (2014), há três tipos de contribuições dos cidadãos no jornalismo: o jornalismo participativo, onde o cidadão desempenha um papel ativo no processo de recolha, informação, análise e disseminação de informação; o conteúdo gerado pelo utilizador, onde qualquer pessoa tem a oportunidade de participar ou contribuir em publicações editadas profissionalmente, deixando clara a diferença entre cidadãos e jornalistas profissionais; e por fim, o jornalismo cidadão, no qual os utilizadores reconhecem e enviam uma notícia original para a redação e, em alguns casos, publicam-na diretamente. Esta última forma de participação é, na opinião do autor, mais controversa devido às várias desvantagens, como por exemplo o risco de parcialidade.

Pode dizer-se que, apesar de algumas críticas, a Internet teve um impacto positivo no jornalismo no que ao seu público diz respeito, uma vez que aproximou o profissional e os cidadãos e facilitou o contacto e a partilha de informação. No entanto, é importante referir que estas alterações não significam que o trabalho dos jornalistas passe a ser dispensado ou desvalorizado pela sociedade.

“Os públicos sempre necessitaram de intermediários capazes de investigar a realidade e difundi-la. As bases de dados não podem substituir os jornalistas. Nem sequer a possibilidade de acesso direto dos utilizadores a fontes e arquivos documentais extinguirá a necessidade de se contar com profissionais capazes que filtrem, relacionem e deem forma às mensagens” (Valcarce e Marcos, 2004 *apud* Bastos, 2011:82)

Porém, o facto de qualquer cidadão ter a capacidade de partilhar e produzir conteúdo trouxe uma maior responsabilidade aos jornalistas, agora mais expostos à opinião pública, especialmente ao nível de confirmação de dados e autenticidade dos conteúdos.

1.7. Jornalismo e as redes sociais

Se a Internet se tornou uma ferramenta essencial para o jornalismo, o mesmo sucedeu com o aparecimento das redes sociais que também estabeleceram novos desafios para as rotinas jornalísticas, possibilitando que os utilizadores passassem de meros consumidores a produtores de conteúdo, sendo o Facebook o maior exemplo disso mesmo, sucedendo aos blogs, o primeiro exemplo desse tipo de interatividade.

O uso de redes sociais é um fenómeno que se tornou cada vez mais popular com o passar dos anos, fomentando uma maior comunicação e interatividade entre o público, com o objetivo de facilitar a partilha de informação e criação de conteúdo a uma escala global. Neste sentido, criaram-se novos processos de socialização e surgiu a Web 2.0.

Este termo foi criado em 2004 por Tim O'Reilly e está associado a serviços ligados à participação do utilizador, cujo contributo é valorizado e diferente nesta nova versão da Internet. O utilizador passa a ser produtor, editor e difusor de conteúdo, alterando-se os relacionamentos interpessoais e organizacionais anteriores.

O sucesso deste meio comunicacional transportou-se pouco depois para o jornalismo que, num curto espaço de tempo, decidiu entrar no mundo das redes sociais. Atualmente, a maioria dos órgãos de comunicação social possui páginas nas redes sociais mais utilizadas – Facebook, Youtube, Twitter e Instagram – de forma a atrair novos públicos e divulgar o seu conteúdo. A forma como estas redes facilitaram a partilha de conteúdos entre o público fez com que as empresas se promovessem através deste meio, algo que obrigou a uma reformulação do jornalismo para um meio que lhe era desconhecido. As redes sociais passaram a funcionar como novos ecossistemas jornalísticos e metáforas das novas redações.

Rost (2014:55) traça-nos um esquema sobre a forma como se deve pensar a utilização das redes sociais no jornalismo, partindo de três abordagens que, segundo o autor, “permitem conceber e aproveitar todo o potencial informativo e comunicativo das redes”.

Nível 1: Receção - Tipo de abordagem que parte dos utilizadores para os media e funciona com a receção de informação e ideias.

Nível 2: Difusão - Parte dos *media* para os utilizadores com o recurso à distribuição de conteúdos.

Nível 3: Interação - É um tipo de abordagem que parte dos dois lados e funciona através da ligação entre leitores e as suas fontes, uma abordagem interativa.

De facto, deve ser dada cada vez maior importância às redes sociais, que têm um nível de penetração cada vez maior a nível global e em Portugal. Segundo o último estudo realizado pela Marktest, citando uma notícia do jornal Público, o Facebook é a rede social com maior crescimento em Portugal, apresentando uma taxa de penetração de 93,6%. O próprio estudo aborda a questão jornalística nas redes sociais com uma percentagem dos utilizadores do Facebook, em Portugal, a utilizarem a plataforma para consultar sites informativos em 61,5% das vezes.

Apesar desta constante evolução a nível de utilização do Facebook, nota-se uma falta de aproveitamento por parte dos *media* nas redes sociais, algo que é também analisado por Rost (2014: 75), que afirma que os meios informativos estão a agir da mesma forma como agiram durante o aparecimento da Internet. Limitam-se a despejar as notícias dos seus sites para as plataformas, demonstrando pouca interação com o público.

A forma de atualização noticiosa nas redes sociais tem sido efetuada das seguintes formas: a) cópia automática de conteúdos do site com aplicação de distribuição; b) cópia automática e atualização manual; c) atualização manual realizada pelos jornalistas.

Esta é geralmente a maneira como os *media* distribuem as suas notícias nas redes sociais, algo que deve ser melhor potencializado e cuidado de forma a criar maior interatividade, o que acabará por trazer maior sucesso ao meio informativo. As estratégias de Rost (2014) para gerir as redes sociais passam por três formas de o fazer: 1) gestão centrada numa ou duas pessoas que gerem a comunidade, gestores de redes sociais; 2) gestão nómada realizada a partir do local dos acontecimentos; 3) gestão transversal, com toda a redação a participar neste processo.

Aos poucos, os meios de comunicação social vão adicionando cada vez mais

conteúdos ao Facebook e ao Twitter, incorporando-os nas suas próprias páginas, e estão a utilizá-los como forma de registo de utilizadores para os comentários, uma ferramenta cada vez mais importante num tipo de participação que se tem alterado com a evolução dos meios participativos. Uma participação cada vez menos anónima, devido ao facto de a maioria dos sites noticiosos “obrigar” um registo para comentar notícias, e mais meritocrática, graças a um sistema de participação cada vez mais complexo e que dá, ou retira, reputação a um utilizador.

Apesar de todo o conhecimento em torno das redes sociais e do seu potencial ser cada vez maior, nota-se ainda um desinvestimento e uma desinformação neste tipo de práticas. Há quem encare este meio como uma ameaça ao setor jornalístico, algo que Rost (2014:77) contraria: “Dentro deste ecossistema comunicativo mais interativo e complexo, os meios de comunicação jornalísticos continuam a ser espaços privilegiados que garantem visibilidade e transcendência.”

1.8. “Porque todos os jogos começam assim...” O zerozero.pt

Foi a 21 de outubro de 2003 que um grupo de amigos com duas paixões em comum decidiram criar o zerozero.pt. Pedro Dias, António Cardoso e Marco Sousa aliaram o gosto pelo futebol à licenciatura em Engenharia Informática e avançaram para um projeto que veio alterar para sempre o panorama desportivo em Portugal.

A empresa tem uma redação física, com sede em Vila Nova de Gaia, onde trabalha grande parte da equipa do site, desde jornalistas, diretores, gestores de conteúdos e designers.

O zerozero.pt é um projeto em expansão contínua e que tem vincado cada vez mais a sua posição na comunicação social, não apenas a nível nacional, mas também a nível internacional, com domínios noutros países como Espanha, Brasil, Inglaterra, Itália, França, Alemanha, Estados Unidos da América, Holanda, Argentina e Turquia.

A nível jornalístico, a expansão do site também tem sido notória com a presença em todo o tipo de eventos desportivos e com o conteúdo noticioso a ser cuidadosamente entregue a jornalistas que estão, em grande parte, na redação da empresa. O zerozero.pt

conta também com jornalistas em Lisboa. Estes realizam o seu trabalho escrito a partir de casa, mas têm um foco maior no trabalho de exterior do que os jornalistas presentes em Vila Nova de Gaia, uma vez que os eventos desportivos de maior relevo tendem a ser realizados em zonas próximas da capital portuguesa.

Como site, o zerozero.pt está disponível a toda a hora e em constante atualização, sendo caso único a nível mundial muito por culpa da sua extensa e detalhada base de dados, que serve, muitas vezes, como ferramenta de trabalho de outras empresas de comunicação da mesma área.

A nível de colaboração, o zerozero.pt também deve ser destacado, uma vez que é o único site desportivo, em Portugal, que permite aos seus leitores participarem na criação do mesmo. Deste modo, os colaboradores podem inserir dados sobre os jogadores (criando ou alterando perfis), fotos ou vídeos na base de dados. O leitor é, de forma inequívoca, uma parte importante daquilo que é o zerozero.pt. É, no entanto, importante ressaltar que toda a informação fornecida pelos leitores é analisada por completo pela equipa de conteúdo da empresa.

Pode também afirmar-se que o zerozero.pt foi dos primeiros meios de comunicação social com uma aposta bem vincada no mundo digital, não apenas devido ao facto de se tratar de um site, mas também devido à maior exploração das potencialidades que este mundo tecnológico trouxe para os *media*.

O zerozero.pt tem procurado explorar as potencialidades das redes sociais, como irei detalhar mais à frente e, para além do seu componente informativo, é um meio de comunicação social que aposta bastante em dados estatísticos, aliado sempre à sua base de dados, que contém informações sobre todos os escalões e divisões de praticamente todos os países, destacando-se, neste aspeto, em larga margem dos restantes órgãos de comunicação social.

Assim como os restantes órgãos de comunicação, o zerozero.pt possui critérios editoriais que, até aqui, se distinguem dos restantes meios. Ao contrário de outras publicações, o zerozero.pt pretende focar-se naquilo que é realmente notícia e ficar de fora de algumas polémicas que surgem muitas vezes no desporto nacional, algumas

provocadas pela própria imprensa à procura de cliques ou de afirmação num mundo cada vez mais competitivo.

“Quando, a 21 de outubro de 2003, o embrião zerozero se começou a desenvolver, a principal – e única – missão era servir o público com a melhor e mais precisa informação sobre futebol. O sonho nasceu dos números, das estatísticas que muitas vezes funcionam como barómetro da razão num espetáculo naturalmente dominado pela emoção, mas chegou às palavras e ao jornalismo em forma de redação no ano de 2010. E rigor, seriedade e foco no leitor eram, são e vão ser sempre as traves-mestras do zerozero” pode ler-se no primeiro parágrafo dos critérios editoriais publicados pelo zerozero.pt, a 12 de abril de 2017, com o título “As linhas que não queremos ultrapassar” e que pode ser lido aqui <http://www.zerozero.pt/news.php?id=194332>. Nesta nota, o zerozero.pt decidiu relembrar os seus fundamentos e tomar uma posição clara no panorama jornalístico desportivo em Portugal relembrando que: “Com a era das redes sociais e do digital plenamente enraizada no modelo de trabalho dos clubes e das redações, a facilidade e a instantaneidade de veicular mensagens são «armas» perigosas para quem consome a informação”. O editorial do grupo termina com uma tomada de posição: “o zerozero quer deixar claro que o único valor notícia que nos move é o futebol.”

1.9. O Playmaker Stats

Um motivo de orgulho do zerozero.pt é uma espécie de fórmula secreta que é utilizada como ferramenta jornalística não apenas pela empresa, mas por muitos outros meios de comunicação social, dentro e fora da área, como a Sport TV, a Eleven Sports o Record, A Bola, o Jogo e ainda a RTP, SIC ou mesmo o Observador e o Expresso. O *Playmaker Stats* consiste numa plataforma estatística, alimentada exclusivamente pela base de dados do zerozero.pt, que transforma informações estatísticas em curiosidades com interesse no mundo do futebol.

Este tipo de ferramenta é ligado muito mais à análise estatística do que à comunicação social e foi por isso que decidi distingui-la da forma que esta merece. Todos os dados estatísticos da história do futebol são armazenados pelo *Playmaker Stats* e acabam por

ser depois trabalhados pelos jornalistas do zerozero.pt que lhe conferem um grau de notícia sobre os factos apurados pelo *Playmaker Stats*, numa dinâmica que pode ser associada ao jornalismo de dados.

O *Playmaker Stats*, assim como o zerozero.pt, está em evolução constante, no entanto promete ser cada vez mais uma referência para o trabalho jornalístico e na análise estatística do futebol, em Portugal e no mundo.

1.10. Porquê o zerozero.pt?

Desde pequeno que nasceu a minha paixão pelo futebol. Como qualquer criança, naquela época, o meu sonho passava por ser um jogador de futebol e a prenda ideal em qualquer aniversário ou Natal era uma bola para jogar com os amigos. Essa paixão aumentou quando, com 12 anos, me juntei ao clube de futebol da minha terra e vivi pela primeira vez de perto aquilo que era ser futebolista e como era o mundo do futebol e foi precisamente como futebolista que conheci o zerozero.pt.

Para qualquer jogador dos escalões inferiores ou que não atuem no futebol sénior, o zerozero.pt é uma ferramenta indispensável. Graças à base de dados, que foi melhorando imenso ao longo do tempo, o zerozero.pt recebe leitores de Norte a Sul do país, sendo que o site proporciona acesso a dados que as Associações de Futebol fornecem dias depois.

Ao sonho de futebolista, um pouco utópico, diga-se, juntou-se também o sonho de ser jornalista. Penso que as ligações aqui começam a ser cada vez mais óbvias. Como a maior parte dos jornalistas, desde pequeno que gostava de escrever e ler (o futebol é um dos culpados para ter lido menos do que deveria) e a paixão pelo jornalismo nasceu um pouco por aqui.

À medida que ia conhecendo a profissão, ganhava cada vez mais interesse por ela, sentia que como jornalista poderia ser feliz e ao mesmo tempo fazer a diferença. Sempre tive interesse por ajudar aqueles que eram colocados de parte na sociedade e a ideia de dar voz àqueles que não a têm fez-me ambicionar ser jornalista.

É precisamente neste ponto que, na minha opinião, a redação do zerozero.pt e o

jornalismo se tocam. Sim, o zerozero.pt não é o jornal desportivo mais falado no dia-a-dia, não é o mais lido, pode até não ser o mais conhecido (tenho as minhas dúvidas) mas é, sem dúvida alguma, aquele que mais dá voz ao público que não tem espaço noutra tipo de meios de comunicação social e isso foi aquilo que também me fez apaixonar pelo zerozero.pt.

Confesso que a opção de ir estagiar para o zerozero.pt não foi a primeira que me veio à cabeça, na altura queria seguir o sonho de aprender a ser jornalista e até apareceu uma opção que desde cedo me agradou, o Expresso, mas em boa hora surgiu a hipótese de ir estagiar para o zerozero.pt, pois para além de me ter apaixonado pela forma como se trabalha na empresa, num ambiente familiar e que duvido que alguma empresa, de qualquer outro ramo, se consiga equiparar, posso dizer, sem qualquer dúvida, que o zerozero.pt mudou a minha vida por completo, para melhor.

1.11. Descrição do site e o zerozero.pt nas redes sociais

A maior parte do conteúdo produzido no site é de carácter futebolístico, apesar de uma aposta cada vez maior em outras modalidades para além do futebol, futsal e futebol de praia, como o basquetebol, o andebol, o voleibol e o hóquei em patins.

Como site, o zerozero.pt tem uma função de *login* onde os utilizadores podem fazer um registo, de modo a fornecer dados importantes para as várias competições ou criar perfis para si próprios ou para as suas equipas. Para além disso, o registo permite também a função de comentar as notícias que se encontrem no site e ter acesso a mais funcionalidades, como ver todos o histórico completo de um determinado jogador.

Em termos físicos, no topo do site o utilizador pode escolher a modalidade que pretende visitar. Isto altera as funções da *homepage* e as notícias, uma vez que o conteúdo referente ao futebol está apenas na secção relacionada com a modalidade, o que acontece com as outras modalidades que foram, a 1 de setembro de 2017, introduzidas no site. Depois disso, o site começa com a informação atualizada dos jogos mais relevantes que estão a decorrer, assim como os seus resultados. Logo abaixo são apresentadas as notícias mais recentes, divididas por ordem de importância, consoante o valor de notícia.

Depois das notícias podem ler-se também artigos de opinião, escritos pelos leitores do site e publicados várias vezes durante a semana. Há ainda outras funcionalidades como a galeria, setor onde podem ser observadas as mais recentes fotos inseridas no site, as apostas em destaque, que dão aos leitores as probabilidades para os jogos do seu interesse, uma secção de *memes* e a zona de “fora de jogo” que contém notícias de outros setores da sociedade que não o desporto.

Continuando pelo site existem ainda mais funções a destacar. As sondagens, com atualizações constantes consoante os temas mais atuais, a base de dados do site e os seus números, a agenda desportiva, uma secção com os aniversários dos jogadores, a zona multimédia, que conta com os mais variados vídeos presentes no Youtube e site do zerozero.pt e ainda uma zona de curiosidades, com enciclopédias e vários “Sabia que...” para os leitores com interesse na história do futebol. Ao fundo da página podem observar-se todos os dados da empresa, como a ficha técnica, os contactos, a privacidade, sugestões, etc.

O menu apresentado pelo site é bastante funcional e tem inúmeras categorias, desde o desporto profissional ao desporto amador. Esta secção divide-se em: Portugal, competições, estatísticas, enciclopédia, notícias, mercado, agenda e *live*. Conta ainda com a comunidade, o *fun* e o multimédia. Este setor facilita bastante a pesquisa e é também utilizado como ferramenta de trabalho por parte dos jornalistas ou produtores de conteúdo do site no seu dia-a-dia.

Além de tudo o que foi já referido existe uma barra de pesquisa que, escrevendo o nome de um jogador, árbitro, dirigente ou competição, nos direciona imediatamente para a sua página, como se se tratasse de um perfil. Para terminar este ponto surgem ainda os ícones das redes sociais onde o zerozero.pt está inserido e que também merecem ser alvo de análise da minha parte, até porque a presença da empresa nas redes sociais é bastante forte, sendo que o zerozero.pt tem um perfil nas redes sociais mais utilizadas em Portugal.

No Facebook, o zerozero.pt conta com mais de 224 mil seguidores, no endereço <https://www.facebook.com/zerozeropt>. Nesta rede social são partilhados vídeos, todas as notícias publicadas no site, fotos e curiosidades, para além dos diretos realizados

todos os dias da semana, antes ou após os jogos. Entretanto, como o site abriu espaço para mais modalidades também foram criadas páginas de Facebook para as mesmas, sendo que as suas funções são iguais. A página do futsal pode ser consultada em <https://www.facebook.com/futsalzerozeropt/>, o hóquei em patins em <https://www.facebook.com/hoqueizerozero/>, voleibol em: <https://www.facebook.com/voleizerozero/>, basquetebol em: <https://www.facebook.com/basquetebolzerozero/> e a página de andebol em: <https://www.facebook.com/andebolzerozero/>.

O zerozero.pt assinala também a sua presença no Twitter com mais de 27 mil seguidores. Neste espaço as notícias publicadas no site também são partilhadas, com destaque para os *hashtags*, ferramenta bastante utilizada como pesquisa nesta rede social. O zerozero.pt está disponível no Twitter através do *link*: <https://twitter.com/zerozeropt>.

Além destas redes sociais, o zerozero.pt está presente noutras como o Instagram (<https://www.instagram.com/zerozeropt>)- 43 mil seguidores – e o Youtube – 9 mil subscritores (<https://www.youtube.com/c/zerozero>).

1.12. O estágio no zerozero.pt

O estágio na empresa iniciou-se a 3 de janeiro de 2017, tendo-me sido pedido para entrar às 10h00 para uma breve reunião com o diretor de informação, Luís Rocha Rodrigues. Nessa reunião foi-me explicado como funcionava o site e como eram as rotinas de trabalho dentro da empresa, assim como as várias modalidades de horário.

Fiquei a saber como inserir notícias, fotos, vídeos, hiperligações, procurar informação e, depois de ter acesso a todas as funcionalidades, iniciou-se o trabalho por volta das 11h00.

Foi-me atribuído um jornalista orientador – Duarte Monteiro – que me acompanhou em todos os processos, especialmente nas primeiras semanas, visto não ter uma formação com base no jornalismo. Assim, e como o mês de janeiro é farto em notícias de cariz futebolístico, comecei a trabalhar e fui à procura de informação nas redes

sociais dos clubes ou outros sites de interesse jornalístico, escrevendo e publicando apenas com a aprovação do meu orientador.

Por volta das 13h00 fomos almoçar, o que permitiu que nos conhecêssemos melhor e interagíssemos “fora do ambiente de trabalho”, criando laços e recebendo novas informações pertinentes, não apenas para o estágio, mas também para o futuro profissional e pessoal de jornalistas que têm já largos anos de experiência na área.

Na parte da tarde o processo foi semelhante, mas com uma novidade. Perto das 17h00, um dos jornalistas realizou um direto para o Facebook e Youtube onde se atualizou tudo o que mais importante se passou na manhã e tarde desse dia, algo novo no zerozero.pt e que seria apenas para durar até janeiro, mas que acabou por permanecer, visto ter recebido cada vez mais adesão por parte do público, que, à semelhança do que acontece na televisão, passou a ter a sensação de interatividade.

Após este dia, os horários foram distribuídos, com uma rotação semanal em quatro modalidades para os jornalistas, sendo que cada um destes horários acabaria por ter funções diferentes. As folgas eram também elas rotativas consoante a modalidade do horário.

O primeiro horário - manhã – tinha como objetivo inicial fazer uma revista de toda a imprensa desportiva, para fazer uma atualização o mais cedo possível aos leitores do zerozero.pt. Para além disso eram analisados os dados de jogos do dia anterior para verificar se algum era pertinente para a realização de uma notícia com base estatística, com recurso ao *Playmaker Stats*. Aos jornalistas que faziam este horário também era dada a tarefa de realizar o direto matinal para as redes sociais.

Nos outros horários havia um maior acompanhamento dos jogos dos dias, uma vez que têm uma maior propensão para se realizar ao final da tarde ou início da noite. Ao fim de semana, grande parte do trabalho dos jornalistas é feito a acompanhar jogos. Os internacionais eram analisados através da televisão e os nacionais, sempre que possível, eram acompanhados no estádio, o chamado trabalho de exterior.

Ao início do mês era feita a distribuição dos jornalistas para as jornadas mais próximas, incumbindo-lhes a tarefa de se deslocar aos estádios para o acompanhamento da

partida, a crónica e figuras do jogo e ainda a presença nas conferências de imprensa e zona mista pós-jogo, sendo que o jornalista designado também tem de fazer a antevisão a essa partida. Para além da presença nesse espaço eram também realizados diretos pré-jogo para dar a conhecer os onze iniciais aos leitores e registadas em vídeo as conferências ou conversas na zona mista, que mais tarde eram editadas e colocadas no site e redes sociais do jornal.

O meu primeiro trabalho de exteriores foi a 3 de fevereiro, em Paços de Ferreira, onde a equipa local recebeu o Vitória Sport Clube. Primeiro recebemos as creditações que permitiram a nossa presença em várias zonas do estádio, como a bancada de imprensa. Depois disso realizámos um direto para o Facebook, com os onze iniciais de cada equipa e fomos instalar-nos nas bancadas destinadas aos jornalistas. Com o decorrer do jogo iam-se tirando notas e filmando alguns momentos, como é exemplo o vídeo: “Adeptos do Vitória dão espetáculo à chuva”, que pode ser consultado em www.youtube.com/watch?v=uKMM3_hx1bM&t=32s. A meio do segundo tempo o meu jornalista orientador, Duarte Monteiro, começou a escrever a respetiva crónica de tudo o que aconteceu na partida para que a notícia fosse lançada quando o jogo terminasse, ficando eu com a missão de escrever uma crónica para lhe apresentar como forma de praticar a metodologia de trabalho e de ser avaliado. Terminada a partida foi a vez de nos deslocarmos à zona das conferências de imprensa onde, com a câmara e microfone preparados, os treinadores estiveram a responder às questões dos jornalistas.

Neste aspeto notei uma grande diferença na forma de trabalho de um jornalista do mundo digital, como o zerozero.pt, para um jornalista com acesso a outros meios, como o jornal A Bola, que como tem um canal de televisão apresentava muitos mais meios e o trabalho não era feito apenas pelo jornalista, tendo este também operador de câmara e alguém a apoiar na redação. Pude concluir que o trabalho de um jornalista desportivo online tem de ser conhecedor de mais ferramentas e saber trabalhar em várias plataformas, pelo que é essencial para o futuro da profissão uma aposta cada vez maior das Universidades em fornecer aos estudantes um maior conhecimento multimédia, sendo que o jornalismo digital é cada vez mais o quarto género jornalístico, como defende Deuze (2001).

O trabalho de campo dos jornalistas do zerozero.pt é feito com a utilização de vários materiais (câmara de filmar, tripé, computador, microfone) e com o trabalho a passar por várias plataformas, como o Facebook, Youtube, Twitter e o próprio site, numa atualização constante que começa uma hora antes da partida e que tem continuidade após a mesma, sendo que os vídeos das conferências eram editados na ferramenta *Adobe Premiere*.

Para além deste trabalho de exterior tive experiências similares nas seguintes partidas da Liga NOS: Vitória FC x FC Porto (11/02), Moreirense FC x Sporting CP (12/02), Arouca FC x FC Porto (10/03), Arouca FC x Sporting CP (02/04), CD Feirense x SC Braga (07/04) e o SC Braga x Sporting CP, encontro com o qual terminou o meu estágio a 30 de abril de 2017.

Em cada um destes trabalhos fui aprendendo melhor a forma de funcionar do zerozero.pt e acabei por ter parte ativa na produção noticiosa, ficando incumbido da tarefa de escrever as figuras de jogo, tipo de peça que explicarei mais à frente, sendo que no encontro entre o CD Feirense e o SC Braga realizei mesmo a crónica da partida, que pode ser lida em <https://www.zerozero.pt/news.php?id=194057>.

Para além dos trabalhos de exteriores ainda decorreram outras ações que considero dignas de registo. Em primeiro a conferência de imprensa no Campo de Treinos do Olival, onde observei de perto o trabalho dos jornalistas neste tipo de atividades e aprendi a operar uma câmara de filmar.

Também tive oportunidade de realizar duas entrevistas a personalidades ligadas ao futebol, via telefone. Dany Mota, jogador que começou a dar nas vistas no Virtus Entella, da Serie B italiana e Bruno Oliveira, treinador adjunto português que tinha acabado de se sagrar campeão do Qatar ao serviço do Lekhwiya.

II - TRABALHOS REALIZADOS DURANTE O ESTÁGIO

2. Tipo de artigos realizados no zerozero.pt

No âmbito de trabalho do zerozero.pt são vários os tipos de trabalhos/peças de âmbito jornalístico. Uma vez que cada uma dessas peças apresenta características distintas decidi explicitá-las neste relatório de forma explicar melhor os métodos utilizados, os diferentes valores de notícia e as diferentes formas como os trabalhos são efetuados, algo que ficará mais claro nos pontos que se seguem.

Como já tinha adiantado, ao longo do estágio tive a oportunidade de participar em todo o tipo de peças produzidas pelos jornalistas do zerozero.pt, pelo que me parece pertinente realizar esta explicação onde irei incluir também alguns exemplos de artigos elaborados por mim, com a ressalva de que estes eram sempre revistos pelo meu orientador profissional. Em anexo irei incluir exemplos de cada uma das peças de forma a facilitar o entendimento daquilo que explicitarei por escrito.

2.1. As notícias

Este é o principal tipo de peças produzido no dia-a-dia do zerozero.pt, uma vez que são as notícias que alimentam o jornalismo e trazem os leitores até ao jornal.

O zerozero.pt, sendo um meio de comunicação social digital, trata as notícias de forma instantânea, isto é, quando o acontecimento é conhecido ele é prontamente relatado pelos jornalistas do site. De que maneira?

As notícias no zerozero.pt chegam de várias formas, não vivêssemos numa era em que a informação chega de todo o lado e a todo o minuto. A manhã de um jornalista começa com uma revista da imprensa nacional e internacional, de forma a analisar potenciais pontos de interesse para artigo noticioso. O editorial do zerozero.pt está sempre presente na mente dos jornalistas da empresa, no entanto a forma como a notícia é divulgada depende um pouco do jornalista que a trata, podendo dar assim o seu toque mais pessoal e criativo, ou seja, não há uma pressão editorial para se fazer determinado artigo de determinada forma.

Estes artigos de revista de imprensa são realizados sempre com a fonte citada, em itálico, com o devido filtro do zerozero.pt, segundo as características essenciais a uma

notícia.

Analisando a técnica de redação das notícias no zerozero.pt, estas são redigidas recorrendo à técnica da pirâmide deitada, que corresponde à unidade base, o *lead*, surgindo depois as respostas às questões: como, quando, quem e onde, que consiste no nível de explicação. De seguida surge o nível de contextualização onde é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo ou som. O último nível é o de exploração e liga a notícia ao arquivo da publicação ou a outros arquivos externos. (Canavilhas, 2006)

2.2. Notícias breves

Este tipo de artigo está associado ao anterior, mas com outro tipo de particularidades e detalhes interessantes. É uma forma noticiosa mais curta, como o próprio nome indica, que é separada do tipo de notícias anteriores. Isto é, entrando no site elas não aparecem com o destaque das notícias mais elaboradas, mas sim no fundo da página.

Tudo isto está incluído nos critérios editoriais do zerozero.pt e está intimamente ligado aos valores de notícia. Podemos dizer que as notícias curtas têm um valor noticioso mais baixo e por isso recebem menor destaque, não apenas com a forma como aparecem no site mas também pela maneira como são redigidas. Geralmente este tipo de artigos tem entre dois a três parágrafos, não apresentando um grau de informação tão detalhada como as notícias anteriores.

2.3. Crónicas

Pessoalmente trata-se do tipo de artigo que me suscita mais interesse. Primeiro porque geralmente quem realiza as crónicas são os jornalistas que partem para os exteriores e analisam a partida e depois porque é um tipo de artigo onde o jornalista pode pôr em prática a sua criatividade e capacidade literária. Não é por acaso que este tipo de artigo é muitas vezes considerado como mais próximo entre a literatura e o jornalismo. “O cronista assume livremente a sua subjetividade, desenvolve livremente a sua opinião pessoal. As liberdades de forma e de conteúdo estão patentes na crónica; aqui é permitida a narrativa rica em adjetivos e figuras de estilo, em jogos e ambiguidades”

(Lopes, 2010:8)

Este tipo de artigo é realizado com uma análise mais crítica e subjetiva e condensa tudo o que se passou numa determinada partida de futebol, dividindo em várias categorias a análise do jornalista que passa por: texto/relato sobre o encontro, resumo da partida, lances mais importantes, momento chave, uma análise ao árbitro e o melhor e o pior do que se passou no jogo. No final do artigo surge o esquema tático, uma imagem que coloca em campo os jogadores que foram titulares nessa partida e nas suas posições iniciais.

Este tipo de textos procura despertar o interesse do leitor, pelo que é normal ser mais criativo do que uma notícia e ter um título mais apelativo do que o normal. A título de exemplo: «Esta pantera é mesmo *fera*», numa crónica referente a uma vitória do Boavista sobre o Feirense, sendo que o símbolo dos boavisteiros é uma pantera.

A crónica escrita no zerozero.pt obedece a todas as características que lhe estão adjacentes: ambiguidade, brevidade, subjetividade, diálogo, estilo entre oral e literário, temas de quotidiano, ausência de transcendente e a efemeridade. Neste tipo de peça fica espelhada “a personalidade do jornalista” (Fontcuberta, 1996 *apud* Lopes, 2010).

2.4. Figuras do jogo

Como a crónica é sobre um jogo de futebol, este tipo de artigo não foge à regra e está-lhe intimamente ligado, pelo que surge imediatamente após a mesma.

Assim como a crónica este tipo de peça também é subjetiva e aparece como uma análise crítica à forma como os jogadores estiveram em campo, pelo que o jornalista deve dividir em categorias os intervenientes da forma como pensa que estes atuaram.

As categorias dividem-se em: “Super Destaque” (onde o jornalista que escreve refere o jogador que esteve melhor em campo e explica porquê), o “Destaque” (para outros elementos que também se destacaram em campo) e o “No Bolso” (para os piores em campo).

Este tipo de artigo, assim como a crónica, tem um título mais apelativo e criativo e

dentro do próprio texto cada interveniente destacado recebe um título para a sua exibição.

2.5. Antevisão

Outro tipo de notícia relacionada com o jogo, mas com uma importante diferença, uma vez que é escrito no dia antes do encontro. A antevisão é escrita sempre que um jornalista se desloca a uma partida e tem como intuito dar aos leitores uma espécie de análise sobre o que vai ser o encontro.

Assim como as peças anteriores também há várias categorias neste tipo de artigo que me parecem relevantes para a análise. A antevisão começa com um parágrafo meramente informativo, isto é, a informar que equipas se vão defrontar e o que esperar do encontro.

Depois desse parágrafo surge uma análise mais detalhada ao momento de cada uma das equipas, por vezes com recurso a estatísticas de encontros anteriores. Este artigo também fica um pouco ao critério do jornalista que o escreve e por isso surgem as categorias que se seguem.

O “onze provável” para cada uma das equipas, onde o jornalista apresenta o nome dos jogadores que, ao que tudo indica, estarão presentes na partida e faz uma antevisão das equipas escolhidas por cada um dos treinadores. Este ponto é, pela minha experiência, aquele que suscita maior interesse aos leitores do zerozero.pt, como se pode analisar na caixa de comentários de cada uma das antevisões. São frequentes as palavras «concordo com o onze», ou «mudaria» X ou Y. “A diferença passa por...” é outra das categorias desta peça onde o jornalista explica qual poderá ser o fator diferencial em cada uma das equipas, na sua opinião.

Para complementar são fornecidas também as informações dos jogadores que se encontram lesionados, suspensos, castigados e convocados para a partida.

2.6. Destaques

É do tipo de peças mais utilizado pelos jornalistas do zerozero.pt. Estas peças podem

surgir de várias maneiras e apesar de não serem artigos noticiosos também são artigos que produzem informação.

Muitas das vezes este tipo de peças surge em conversa entre os jornalistas, ou caso haja alguma curiosidade que pareça pertinente para o momento informativo atual, isto é, necessita de um contexto que viabilize a criação do artigo.

Com a ideia e o contexto já preparados o jornalista começa a redigir a peça, complementando-a com pesquisa, que é normalmente realizada no próprio site, tal o nível de informação disponível no zerozero.pt.

2.7. Slideshow

Este é, talvez, o tipo de artigos mais utilizado e com mais sucesso no jornalismo digital atualmente. O *slideshow* tem uma mistura de texto com imagem, sendo que cada um dos slides tem um título e imagem relacionados, juntamente com outro texto descritivo desse mesmo slide.

No entanto, este tipo de peça é de pouca produção jornalística, uma vez que o facto de o leitor demonstrar curiosidade para passar até ao próximo slide faz com que muitas das vezes os textos não sejam lidos. Os *slideshows* são geralmente utilizados em artigos com listas detalhadas e extensas, pelo que este tipo de peça facilita a leitura.

2.8. Ponto de vista

Um artigo utilizado para realizar uma análise a um jogador ou momento futebolístico, dependente de um assunto que esteja em destaque.

Por vezes este tipo de peça surge na sequência de um exterior realizado por um jornalista que realizou também a análise a algo específico da partida ou do encontro e dá o seu ponto de vista aos leitores. Por exemplo, numa partida em que se analisa também a forma como o treinador de uma equipa age durante o jogo. Na sequência disso pode ser feito um artigo deste género.

Noutras ocasiões também podem ser realizadas entrevistas a outras pessoas que dão

aos jornalistas o seu próprio ponto de vista. Por exemplo, um antigo jogador de determinada equipa faz a sua análise sobre essa mesma equipa atualmente e recorda também o seu passado.

2.9. Perfil

Esta peça é utilizada praticamente apenas no mercado de transferências e pode ser um pouco comparada a um tipo de jornalismo de investigação na atualidade.

Apesar de poder ser feita pelos leitores, a verdade é que nem sempre é fácil pesquisar os dados concretos e a história de um jogador que acaba de chegar a um clube e, por vezes, não é conhecido do público. Neste sentido, os jornalistas investigam algumas entrevistas ou histórias desse mesmo jogador, fazem uma análise dos seus números de jogos ou golos no zerozero.pt e por vezes também contactam alguém que possa conhecer o jogador para acrescentar valor informativo e uma perspetiva diferente ao artigo.

Depois da pesquisa efetuada o jornalista analisa o que é mais importante e traça um retrato do perfil do jogador. Na minha opinião é uma peça interessante e que tem bastante sucesso no zerozero.pt, uma vez que a base de dados permite fazer este tipo de trabalhos a um nível que outros órgãos de comunicação social não conseguem.

2.10. Análise tática

À semelhança dos artigos de “Perfil”, a “Análise Tática” também é uma peça em que o jornalista vai investigar e dar a conhecer ao leitor algo que este não sabia.

Este tipo de artigo é redigido, geralmente, quando equipas portuguesas defrontam outros emblemas europeus e serve como uma análise dessas equipas de forma a transmitir ao leitor tudo aquilo que lhe possa interessar sobre os adversários das equipas portuguesas.

Neste tipo de peça também há várias categorias em análise. O jornalista, depois de observar jogos dessas equipas e de ler opiniões sobre os mesmos, analisa o clube por posição, de forma a analisar a profundidade do mesmo.

Quanto às categorias existe a “história” - texto sobre o passado recente dessa equipa - , a “estrela” - análise ao principal jogador - e a categoria relativa ao “treinador”. Para além disso, o jornalista também preenche o “onze tipo”, que serve para informar o leitor sobre a equipa mais utilizada pelo treinador.

Este tipo de peça também é, por vezes, utilizado para analisar emblemas do campeonato português, em artigos de pré-temporada ou a meio da mesma. À semelhança de peças como a crónica e a antevisão, a análise tática também tem uma forte vertente subjetiva.

2.11. Entrevista

Um dos grandes trabalhos dos jornalistas e que, como é óbvio, não podia ser descurado no zerozero.pt.

Para se realizar uma entrevista primeiro terá de existir algum contexto, pelo que o mais normal é fazer entrevistas antes ou depois do entrevistado estar envolvido em algo de valor noticioso, no entanto o fator oportunidade também é algo fulcral para uma entrevista. Por exemplo, pode não haver um contexto atual, mas nenhum órgão de comunicação social deixaria de entrevistar Cristiano Ronaldo caso lhe surgisse a oportunidade.

Este tipo de artigos é, geralmente, útil para todas as partes. É importante para o meio de comunicação social, que ganha notoriedade e importância no próprio meio, para o leitor, que gosta deste tipo de trabalhos, dependendo sempre de quem é a pessoa ou a entidade a dar a entrevista, e para o entrevistado que pode ver a sua imagem reforçada. Tudo depende, como é óbvio, da forma como a entrevista é conduzida e das respostas do entrevistado.

2.12. Números

É uma espécie de artigo de destaque, mas com base em números. É também aqui que o zerozero.pt se distingue dos seus pares e pode enquadrar-se um pouco dentro do conceito do jornalismo de dados.

Recorrendo à sua base de dados, o zerozero.pt e os seus jornalistas fazem uma análise dos números e pegando nisso realizam um artigo importante para, por vezes, analisar a forma ou a história de um jogador.

É utilizado em casos de momentos históricos (jogador atinge o jogo número 100) ou em momentos de equipas (há dez anos que o FC Porto não vencia em Alvalade, por exemplo).

2.13. História

Também se enquadra no âmbito da base de dados do zerozero.pt e é realizado no mesmo sentido que um artigo de números, com a diferença que é uma peça em que se olha para a história de determinado clube, jogo ou jogador.

Não costuma ser muito utilizado, no entanto é um bom artigo para os amantes do desporto que desfrutam desta curiosidade.

2.14. Playmaker's

Este artigo relaciona-se com a ferramenta analisada na página 24, sobre o *Playmaker Stats*.

Sendo esta uma ferramenta exclusiva do zerozero.pt, este acaba por ser também um artigo realizado apenas no site. Com recurso e análise dos dados fornecidos pelo *playmaker*, o jornalista que trata a notícia contextualiza-a com a atualidade e procura dar-lhe valor noticioso, dando uma perspetiva diferente daquilo que é um jogo ou um jogador de futebol.

III - REFLEXÃO CRÍTICA

Considero o estágio curricular a parte mais importante de todo o mestrado em Comunicação Social – Novos Media. Com a crise económica que foi afetando Portugal, e não só, este começou a ser um método cada vez mais utilizado nas redações. Infelizmente, o jornalismo, nos dias que correm, vive muito dos estagiários, que depois acabam por ser dispensados e trocados por outros, numa espécie de ciclo quase incontrolável e que deixa muitas vezes os alunos em situação delicada, enquanto as empresas aproveitam para realizar outro tipo de trabalho ou trabalhar tempo extra.

Felizmente nada disto aconteceu comigo. O estágio revelou-se essencial para a definição do meu futuro e do meu eu, enquanto jornalista e enquanto pessoa.

A minha experiência no zerozero.pt foi extremamente positiva, o ambiente vivido na empresa é fantástico e a forma como tratam os estagiários é, na minha opinião, a forma como todas as outras empresas deveriam tratar. Seria muito mais fácil colocar um estagiário a trabalhar inteiramente na redação ou a preencher furos que mais ninguém quer. Não foi isso que aconteceu, bem pelo contrário.

Houve sempre alguém a puxar por mim para evoluir, aprender coisas novas ou realizar trabalhos de exterior, mesmo quando o meu jornalista orientador não estava presente. Nunca me senti “abandonado” no zerozero.pt, que era o meu medo a princípio, especialmente devido à falta de experiência na área. Aliás, a minha primeira frase quando cheguei foi: “Nunca escrevi uma notícia”, ao que recebi um bem-disposto: “Não te preocupes que estás aqui para aprender!”

Esta forma como o zerozero.pt e os seus jornalistas me trataram contrasta um pouco com a maneira como este mestrado foi sendo conduzido, algo que me afetou durante o estágio. Apesar da minha falta de “bagagem” na área, devido à licenciatura em Sociologia, sou da opinião que o mestrado deveria estimular muito mais os seus alunos em termos práticos, de forma a dar-lhes alguma experiência e destreza na prática da profissão. Sinto que o mestrado foi mal aproveitado, especialmente na área de Novos Media, o que se enquadra na crítica de vários autores em relação à falta de práticas jornalísticas lecionadas no Ensino Superior. Dou como exemplo a falta de trabalho de vídeo ou rádio, num desaproveitamento daquilo que é o mundo digital e as capacidades tecnológicas da Escola Superior de Educação de Coimbra.

Felizmente tive esse acompanhamento e ensinamento no estágio, algo que acabou por influenciar de forma positiva a minha vida profissional e me permitiu ser, hoje, jornalista no zerozero.pt. Uma recompensa por tudo o que trabalhei durante os quatro meses de estágio e os muitos que se seguiram.

Relativamente ao jornalismo digital, penso que ainda há muito a fazer em Portugal e fui-me apercebendo disso no dia-a-dia na empresa, que até vem evoluindo neste aspeto. Tem vindo a ser comprovado, e parece-me claro, que a forma de o público ter, hoje, acesso às notícias depende completamente da Internet, em especial das redes sociais. Uma vez que há cada vez uma maior utilização dos *smarthphones*, esse é, para já, o ponto negativo do zerozero.pt, que tem perdido oportunidades de mercado com a falta de uma *app*, algo que contrasta, por exemplo, com o MaisFutebol, uma empresa da mesma área do zerozero.pt e que tem grande parte do tráfego na versão *mobile*.

Aliás, os próprios números de tráfego no zerozero.pt *mobile* têm crescido exponencialmente, cerca de 70 por cento, algo que, na minha opinião, iria ser ainda mais evidente com a criação de uma *app*.

Apesar de algum desaproveitamento digital, o zerozero.pt tem evoluindo nesse aspeto e tem percebido que o seu público quer ainda mais do que aquilo a que tem tido acesso. Por isso deram entrada novas modalidades, que, apesar de não terem o mesmo sucesso a nível de público, foram bem aceites pelo mesmo, tendo-se revelado um ponto de sucesso no próprio site, atualmente uma referência no futsal, andebol e hóquei em patins.

Este é o fator mais aliciante no zerozero.pt, um projeto inacabado e que será sempre assim, porque há sempre algo a acrescentar e para melhorar, sempre sem “enganar” os seus leitores com títulos aliciantes ou notícias “compradas”.

É certo que o ciberjornalista deve procurar tornar o seu produto apelativo e que isso pode ser feito com recurso ao título, no entanto o título deve informar e não o contrário. Infelizmente esse é um dos grandes problemas da imprensa portuguesa com vários exemplos de jornais que provam que ainda não conseguiram fazer a transição do impresso para o online. Independentemente da mudança e da evolução, o princípio do jornalismo mantém-se o mesmo – informar.

BIBLIOGRAFIA

Aroso, Inês (2003). “A Internet e o novo papel do jornalista”. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>>. Acesso em

Bardoel, Jo, Deuze, Mark, (2001). Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: *Australian Journalism Review* 23 (2), pp.91-103.

Barlow, A. (2007). *Rise of the Blogosphere in Westport*: Praeger Publishers.

Bastos, Helder (2010). Ciberjornalismo e Narrativa Hipermedia. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf>> Acesso em 9 setembro 2017

Bastos, Hélder (2011). “Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, papéis e ética” in: Lisboa Livros horizonte.

Bastos, Hélder (2013). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>>. Acesso em 9 setembro 2017

Boyle, Raymond (2006). “Sports Journalism: Context and Issues” pp.1-29 in Sage Publications

Campos, Pedro (2009). “Gêneros do Jornalismo e Técnicas de Entrevista” Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/campos-pedro-generos-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em 4 outubro 2017

Canavilhas, João (2004). “Os Jornalistas Portugueses e a Internet”. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portuguesesinternet.pdf>>. Acesso em 3 outubro 2017

Canavilhas, João (2005). “Os jornalistas online em Portugal”. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>>. Acesso em 3 outubro 2017

Canavilhas, João (2006). “Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança”. *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10: 113-119. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-onlinewebjornalismo.pdf>>. Acesso em 4 outubro 2017

Canavilhas, João (2006). Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada”. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em 10 julho 2017

Canavilhas, João (2014). 7 características que marcam a diferença. in: *Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas*, cap.1. pp. 3-24

Deuze, M. (2006). O jornalismo e os novos meios de comunicação social. in: *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10. pp. 15-37.

Ferreira, G (2012). “Novos Media e Vida Cívica: Estudos sobre deliberação internet e jornalismo” in *LabCom Books*, pp. 75-87 e pp. 109-120

Gray, J., Bounegru, L., Chambers, L (2012). *The Data Journalism Handbook: How Journalist Can Use Data to Improve the News* in *O'Reilly Media*

Junior, Walter (2012). “Big Data, Jornalismo Computacional e Data Journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados”. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-11.pdf>>. Acesso em 12 outubro 2017

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo* in Porto Editora.

Lopes, Paula Cristina (2010). A crónica (nos jornais): O que foi? O que é? Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-cronica-lopes.pdf>>. Acesso em 4 outubro 2017

Martinho, Ana (2014). “Jornalismo de dados: caraterização e fluxos de trabalho”. In *Exedra*, nº.9

Palacios, Marcos (2014). 7 características que marcam a diferença. in: *Memória: Jornalismo, memória e história na era digital*, cap.4. pp. 89-110

Pavlik, John (2014). "Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital". *in* Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, DL 2014: 159-183.

Rost, A (2014). 7 características que marcam a diferença. *in*: Interatividade: Definições, estudos e tendências

Rowe, David (1999). "Sport, Culture and the Media". *in* Open University Press

Salaverria, Ramón (1999). De la pirámide invertida al hipertexto. Disponível em <<http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram>> Acesso em 10 julho 2017